

非理性 媒介(上)

谢孝国
著

每个人，只是一个媒介而已

非理性 媒介 (上)

谢孝国
著

每个人，只是一个媒介而已

图书在版编目 (CIP) 数据

非理性媒介 / 谢孝国著. —广州: 羊城晚报出版社, 2017.8
ISBN 978-7-5543-0472-3

I. ①非… II. ①谢… III. ①传播媒介 IV. ①G206.2

中国版本图书馆CIP数据核字 (2017) 第206525号

非理性媒介 (上)

Feilixing Meijie (Shang)

策划编辑 谭健强

责任编辑 谭健强

责任技编 张广生

装帧设计 友间文化

责任校对 梁醒吾 余家进

出版发行 羊城晚报出版社

(广州市天河区黄埔大道中309号羊城创意产业园3-13B 邮编: 510665)

发行部电话: (020) 87133824

出版人 吴江

经 销 广东新华发行集团股份有限公司

印 刷 佛山市浩文彩色印刷有限公司

规 格 787毫米×1092毫米 1/16 印张28 字数425千

版 次 2017年8月第1版 2017年8月第1次印刷

书 号 ISBN 978-7-5543-0472-3

定 价 68.00元 (上、下册)

版权所有 违者必究 (如发现因印装质量问题而影响阅读, 请与印刷厂联系调换)

“

每个人，只是一个媒介而已。

序 主体媒介的回归

Preface

传播媒介始于人又终于人？媒介从人出发，最终剥离媒介人形成与传播主体相对应的客体——大众媒介；网络媒介又以其强大的张力将人作为其传播节点，当技术与人叠加形成人机合一的媒介时，媒介又回归人的本体？

一、主体媒介的技术轮回

2017年5月，人工智能的代表阿尔法狗在棋艺世界彻底战胜人类之后，它转身将走向何方，人们在忐忑之中拭目以待……两个月后——2017年7月，中国发布《新一代人工智能发展规划》，它开篇第一句话：人工智能的迅速发展将深刻改变人类社会生活，改变世界。

其实，人工智能早已存在，它的代表就是机器人，但自从有了互联网之后，“新一代人工智能”为何一骑绝尘、甚嚣尘上？

有人说，硬件和算法构成了人工智能的发动机，而大数据是石油。中国人工智能的驱动者、百度掌门人李彦宏在《智能革命》一书中称：互联网革命之前的人工智能技术像“早产的心脏”——没有足够的数据，也就供血不足；没有进行复杂算法的硬件，也就心力不足。网络媒介带来的算法、硬件和数据，才撑起了人工智能朗朗晴空中的那片蓝天白云。

2017年，被誉为“计算机世界诺贝尔奖”的图灵奖，被授予了智能之纸——互联网的发明者伯纳斯·李，也正是他，引发了网络媒介一系列诸如浏览器、操作系统、APP等网络之纸的面世，引爆了信息蓝海的汹涌波涛，留下一网的数据和算法。

2017年，恰好是iphone手机诞生10周年——2007年6月29日，史蒂夫·乔布斯魔术般地从他的口袋里掏出第一代iphone智能手机后，先前的PC电脑、智能手机都被他的这一“掏”罩住了，苹果连同它同时期的三星，还有之后的华为等，将智能终端——硬件技术发挥到登峰造极的地步。

“道高一尺，魔高一丈”，现实世界道上的“打家劫舍”，在网络空间同样“黑客横行”。不管是天上的卫星，还是地下的光纤，抑或是方兴未艾的量子“密钥”，连接信息与终端的通道，古往今来总会被人惦记。通道革命，其实质是传播方式的革命，也是“道”上革命与反革命的智能较量，恰恰是这种“较量”推动了人类信息传播通道从量变到质变——由物态到智态。

计算机的先驱者图灵，按照《白雪公主》的情节，咬了一口沾上剧毒的青苹果，结束了他充满神奇色彩的一生，为人类留下了无尽的遗憾；乔布斯将图灵咬过一口的青苹果洗净，从内置（软件）到外观（硬件）都注进了魔法，为人类留下一手惊奇。

一部手机可以有算法新闻推荐、图片美化、机器翻译、语音识别……任意传播和曲意逢迎是网络媒介之于人的一体两面，增强了人在信息传播过程中的主体意识；基因编辑是对人本身进行生物智能的改造，而人机结合重构的脑机界面，是人工智能对主体人的智能支援，是从人的本体出发再构人在信息传播过程中的主体地位。

在第三届世界互联网大会上，阿里巴巴董事局主席马云称：“过去二十年，机器变成人，人变成机器。”不管是拟人化的机器，还是人工智能加强版的人，当信息传播成为一种不受任何物质条件和规则限制的行为——即“自传播”成为一种时尚时，大众时代的客体传播也就成为网络媒介时代的主体传播。

是的，大众传播时代的专职新闻工作者，是可以借助各种智能工具和方式来加强信息获取和传播的能力，但他们的服务对象也同样能如此轻而易举“智能自己”，智能机器人已经在工业领域挤占了人类过半的工作岗位，留下“无用阶级”一族，记者会不会成为其中的一员？

有人预言，未来机器人也能当总统，因为借助强大的计算能力，机器人总统会比最聪明的人总统做出更英明的判断，只是机器人总统不能说明决策的过程，这点“不明就里”的统治让人类有点担心。同样，当主体媒介隐去任何信息来源的程式和过程时，人类会不会又轮回到“三人成虎”的人际传播的时代？

技术对传播的异化，造就主体媒介的回归，是祸是福？

二、客体媒介的主体留存

在对待特朗普的态度上，美国《华尔街日报》也许是特立独行的一个传统媒体。2017年初，有媒体报道，时任《华尔街日报》总编贝克在一次内部会议上称：

如果谁想要对特朗普持反对立场，那么他们可以另谋高就。他的理由是：如果读者看到你们在新闻中像个老百姓一样骂特朗普，他们干吗还要信你？所以我认为我们要公平对待所有人，我们是报道事件，不是报道我们自己的观点。据称，这已经不是贝克第一次要求媒体保持客观。

贝克在接受美国国家广播公司（NBC）记者采访时称：现在很多人都用推特，你的同事也用推特。社交网络现在变得越来越重要。但是很多媒体人就会在客观的新闻之外把自己的主观思想加入到新闻中。同样在2017年2月，美国国会参议院多数党领袖、共和党人麦康奈尔公开表示不认同总统特朗普每天发推特的习惯，并希望特朗普不要对无关的议题发表太多言论。

不管是传统媒体对待特朗普，还是特朗普对待新闻事件，只要一与“推特”联系在一起，为何就会出现“非客观性”的东西？而“非客观性”与大众媒介的追求截然相反。

主体媒介的技术回归摧毁了客体媒介上百年来沉淀的职业理想和认知。大众媒介信息生产和传播遵循一系列线性流程和刚性规则，并以组织的行为和行业公认的标准进行理想化的操作……这一切都被空灵的网络个体消灭殆尽。

报纸的沉重之身再也承载不起客观的事实，因为幽灵般的比特在变化多端的网络世界能瞬间将信息传播到各怀心思的个体眼前，而各个主体又能动动手指就能将信息随意转发到无尽的网络空间，那个任性，是一张张物质的纸做不到的。

曾经“声色俱厉”的广播和电视，说沉沦也好，变味也罢，反正一直恪守的定时定点的传播模式，以及庄重严肃万众景仰的主播人被随时随地的自播和他播搞得一地鸡毛，剩下只有凭着“半真半假”的综艺节目和“真戏假做”的电视剧来救场求生。

倒是大众媒介家族中最能体现主体意识的纸质书和电影在经过一时的阵痛之后风光依旧。

纸质书在网络电子书的围攻下于本世纪第二个十年中期终于止跌回升，事实上，一方充满墨香的纸质空间，存在一个朦胧而丰满的主体，不管是传者还是受

者，对她的背影总是充满想象和渴望。

以幻想和艺术、加上不断推陈出新的技术特效，将导演的幻觉和观众的感官体验送到九霄云外，电影说到底有一种网络游戏般的沉迷和麻醉，它把体验艺术做到了极致。

我们蓦然回首，纸质书的物质空间和电影的声电空间，同样诠释着主体的幻想和体验，这与网络世界的空灵和自由、体验与沉迷一脉相承。

纸质书和电影，与网络媒介算是“心有灵犀一点通”。

三、主体与媒介的拉锯

综观人类传播史，人与媒介经历了一场分分合合的拉锯战。

从合到分，成就了尼氏所言的媒介是人体器官的延伸，也成就了客体媒介即大众媒介的盛典。

在人类早期，人作为媒介经历了整体与部分的过程。没有语言的交际，完全靠人的手势、声调、眼色、肢体动作等人体语言来传播简单的信息；当语言产生以后，直至文字形成之前，人的本体如口舌与语言（话语）一起成为传播信息的重要载体。这时，无论人体语言还是语言本身（话语）都集中在作为媒介具象的“人”身上，此时的人，既是信息生产的传者，也是信息消费的受者，更是信息传播的媒介，这是主体媒介最原始的形态，也是人类传播的萌芽之时。

当文字产生以后，直到纸质印刷媒介产生之前，是主体媒介和客体媒介共存的阶段。古希腊和古罗马的广场演说，中国春秋战国之时的百家争鸣，口口相授，口口相传，虽然当时也有将传播的信息以简朴的文字刻于钟鼎、龟甲、牛皮、竹简等之上，但这些笨重的传播介质以及简朴的文字结合而成的客体媒介还不足以与人——当时最为灵活方便的媒介相媲美，故有纵横家以三寸不烂之舌封官挂印，也有孔子弟子三千、七十二贤人的儒学传播。其实，这个时期，初始的客体媒介难掩主体媒介的张扬。

当轻盈的纸与机械的印刷机结合，宣告了客体媒介盛世的到来。

纸质书在方寸之间将曾意气风发的主体，以墨迹固定在每一页纸上，虽然书中文满意丰，但一沓轻薄的纸张，加以编辑、装帧、印刷、发行等一系列仪式，将主体完全固化为那一本本独立于主体之外的客体——书籍。

报纸，也称之为新闻纸，其本意是将主体的主观意识完全挤出纸张之外，亦如纸的生前必须挤净水分一样，只留存以文字和墨迹书写的事实，为了事实的客观性，报纸形成了最为严苛的仪式日程和规则，可以说，报纸以纸和文字的结合方式将主体裹得严严实实，是一份最具物质化的客体媒介。

广播电视在传播新闻上沿袭了报纸的一切确保事实的仪式，不同的是将事实还原为以声像为载体的具体形象，真实的人和物具体呈现于客体的盒子（电视机、收音机）之中，事无巨细，眼见为实，耳目一新，这比纸上的文字来得更为真切、实在，正因如此，客体媒介走向电视已将现实的人事模拟为与主体完全相应的客体镜像。

客体媒介随着人类社会的发展一路走来，传播主体刻印于媒介之上的主体意象从钟鼎之上只言片语的模糊、到跃然纸上的丰满、再到电视机上的具象留存，人类从规程、仪式以及技术上完全模拟了一个与传播主体相对应的客体。

物极必反，分久必合。当人类在传播上依靠主体的张力终于建设了一个与传播主体相对应的客体之后，一种新的媒介却将张力引向人的本体。

从分到合，成就了人是媒介的延伸直至再次融合，也成就了主体媒介即网络媒介的盛典。

网络媒介甫一诞生就展现出与大众媒介即客体媒介截然不同的生态体系：免费且无所不能的媒介属性张扬了传播主体的个体行为——媒介均权支撑了主体的任意传播，网络媒介的无限张力将每个个体的人变成传播网络中的一个节点，它继承了早期人际传播中以人为媒所显示的传播接近性，同时又突出网式人际传播强大的病毒效应。

然而，当媒介的张力足以直达人的本体时，一种以人工智能和主体智慧相融的

媒介——人机合体就这样诞生了。这一天虽然还没有到来，但网络媒介的人性趋势和直逼人脑的智能技术让现实的人们对此既憧憬又惶恐，当传播借助技术的威力又回到个体内部或个体与个体之间时，没有空间和异体的传播还叫不叫传播？抑或由机器人主导下的传播还叫不叫传播？这亦如没有人的战争还叫不叫战争一样。

简言之，主体媒介是指媒介技术的张力将个体人变为传播的节点或者将人媒介化。又回到主体媒介当政的时代，但此时已不是当初人际传播的克隆，人类孜孜以求的技术又反转将人媒介化。

四、主体媒介的非理性

传播，说到底还是人与媒介的关系，主体性贯穿传播始终，只是不同阶段主体性展示的方式不同。

从早期的人际传播到大众传播再到网络传播，传播主体也经历了从主动到约束再到技术冲动的过程。

早期“以人为媒”的人际传播尽显主体个性的张扬，我口说我语，我语话我情，其信息的真假靠的是社会的公序良俗和个人道德自律，其传播的信息往往会深深地打上主体的个人色彩。

当媒介独立于传播主体而成为与主体相对的客体时，隐者式的内敛成为大众媒介主体性体征的表现，这种“内敛”是靠行业理想和行业规则来约束，以事实说话，尽管事实的选择有不同的角度，但主体性只能隐于事实真相之中。

技术话语支撑下网络媒介尽显主体的飞扬，媒介均权也就是媒介泛化扩张，即在人工智能的驱逐下，传播主体成为网络媒介布局下的一个个发声的节点，传播主体的技术冲动恰恰显示了网络媒介的技术追求，网络媒介对传播主体只有技术的支持和限制，没有传播规划和程式的约束。

传播主体的这种“技术冲动”与人类早期“以人为媒”的主体张扬显然大相径庭，技术与人的叠加在主体意识的传播上远远胜过人类本身的“三寸不烂之舌”，

“好风凭借力，送我上青云”，本来就意气风发的“我”，在“好风”（媒介技术）的推送下，飞向一个非理性的王国。

理性往往是在理想和规划下主体的知性行为，而非理性则是在主体直觉甚至意志支配下主体的感性行为，以大数据、算法和超算能力为核心的网络媒介正趋向更加感性的神经网络，一张非理性的网络已经加强捕向我们的外部和内心世界。

当今的媒体人很迷恋大众媒介的时代：那时，传播的规则以及传播赖以生存的模式都要是清晰的，尽管也是历经探索才尘埃落定。但今天，面对这张非理性的传播网络，没有目标，没有规划，也没有所谓的媒介生存模式，一切尽在变化之中。

有人说，信息科技是一把双刃剑，它推动了社会的进步，也把我们推向世界末日——如果说核武器毁灭人类，我们肉眼可以看到的话，那么信息科技则杀人于无形。这也许有些危言耸听，但伴随着网络媒介（信息技术载体）给人类带来信息传播的方便快捷的同时，无序、混乱和危机也接踵而至。“这是最好时代，这是最坏时代，这是智慧的时代，这是愚蠢的时代，这是信仰的时期，这是怀疑的时期……”狄更斯在《双城记》中用这句话概括当时工业革命之后的世界，而如今信息革命尤其是网络媒介之后的现实，也同样适应这句话。

非理性往往蕴含着革命的基因，非理性媒介——网络在其非理性的成长过程中，也许正孕育着如大众媒介一般的理性传播，时间能给出答案，只需人类耐心呵护、耐心等待。

目 录

第一章 主体媒介的兴起——媒介人	1
第一节 我任性，我发布	3
第二节 媒介均权	6
第三节 拟人媒介	9
第四节 人即媒介	13
第二章 主体媒介的兴起——欲网	17
第一节 能动的网纸	19
第二节 一切记录在案	22
第三节 造纸者的野心	25
第四节 一张“纸”引起的悬案	28
第三章 主体媒介的兴起——魔道	33
第一节 道法自然	35
第二节 道权演变	38
第三节 劫道魔影	42
第四节 通道博弈	45

第四章 主体媒介的兴起——终端幻影	49
第一节 人体器官延伸的最后一程：功能手机	51
第二节 人脑模拟体：智能手机	55
第三节 终端人	59
第四节 终端就是开端	62
第五章 客体媒介的失落——报纸之重	67
第一节 载体之重	69
第二节 当纸与印刷术结合造就物性媒介	71
第三节 报纸的仪式	76
第四节 没有“纸质”的报道不叫报纸	79
第六章 客体媒介的失落——电视之轻	83
第一节 从一屏到多屏	85
第二节 从专制模拟到平民直播	88
第三节 从监视的体验到体验的窥视	92
第四节 我不是台电视	96
第七章 客体媒介的中兴——“影”响至深	101
第一节 拷贝主体	103
第二节 幻影主体——超越世俗的陌生人	105
第三节 完爆五觉——超度主体意识的春药	109
第四节 独一无二的电影	113

第八章 客体媒介的中兴——力透纸背	117
第一节 一本书的悖论	119
第二节 张扬的主体	121
第三节 诗意地栖居	124
第四节 理性道具包裹下的个性主体	127
第九章 主客体媒介的转圜——从人到物再到人	133
第一节 介质轮回	135
第二节 终端嬗变	139
第三节 人与媒介的纠缠	144
第十章 媒介的主体性——从达人到隐者再到替身直到媒介人···	151
第一节 人际传播的主体：达人	153
第二节 大众传播的主体：隐者	155
第三节 模拟传播的主体：替身	158
第四节 自传播：梦游者的体验	161

第一章

主体媒介的兴起

——媒介人

“

我任性，我发布，这是网络媒介生存环境下个体传播的真实写照。

网络媒介赋予人人能传播的权利，这与大众媒介的生存法则截然不同：办报纸或广播电视，需要资本、物质、组织、程式等等，总之不是人人能办的事儿，网络媒介均权的实质是颠覆了大众媒介有限供给的传播体制。

媒介赋权并没有到此结束，网络媒介不是人体器官的延伸，人反而成为媒介的延伸。当传播技术慢慢侵蚀并融合人的本体时，人也就成为媒介人；当传播成为人与模拟人（如机器人或智能手机）或个体人内部（如人机合一体）行为时，传播就成为个体展示主体意识的自行了。

人在网络媒介中的任性，或技术本身将人变为媒介的一部分，这是主体媒介主体性的“一体两面”。但人作为媒介的主体性并非完全是由人的本体决定的，人的“任意传播”或人机结合的“自传播”则是由媒介人背后的“算法”来推动的，电影《黑客帝国》中的特工史密斯演化到最后，他不仅吞噬了敌人，也吞噬掉同类，最后形成铺天盖地的自己……网络媒介将人类带入一个前所未有的十字路口。

“我是谁，我来自哪里，我要去何方”，这三个人类终极哲学问题在如今的网络世界比在现实世界也许更难让人回答。